边界与共享——以《魔道祖师》为例

讨论粉丝参与创作对原作的影响

杨玉婷

北京印刷学院，北京 102600

【摘要】一件好的作品并不单纯依靠优质的主创团队，而是主创团队、制作团队、观众等多方的集体智慧共同筑就，皮埃尔.莱维指出“在传统的定义里，集体智慧指的是没有人知道所有东西，每个人都知道一些，任意成员的知识可以通过即时问答的方式与他人分享。网络化的文化可以带来新的权力结构，不同背景的人群能够积累知识，并通过研究、辩论和解析通力合作，从中提炼出对世界的认识。”[1]但在粉丝作为非专业群体加入集体智慧创作时，可能会带入自己对于原作情节或人物的情感和理解，未必完全尊重原作，在这种情况下，如何把握粉丝参与创作对于原作的影响，如何把握两者之间的边界，让粉丝创作与原作和谐共处，实现利益最大化的同时不破坏原作结构和细节，是本文尝试探讨的话题，本文将以小说《魔道祖师》为例，分析以上议题。

【关键词】：粉丝创作 集体智慧 边界与共享

【Abstract】A good work does not simply depend on the quality of the creative team, but the collective wisdom of the creative team, the production team, the audience and so on. Pierre. Levy points out that "in the traditional definition of collective intelligence, no one knows everything, everyone knows something, and any member's knowledge can be shared with others via instant questions and answers. A networked culture can lead to new power structures, where people from different backgrounds can accumulate knowledge and work together through research, debate, and analysis to extract a sense of the world." However, when fans join the collective intelligent creation as a non-professional group, they may bring their own emotions and understanding of the plot or characters of the original work, and may not fully respect the original work. In this case, how to grasp the influence of fans' participation in the creation on the original work and how to grasp the boundary between the two, so that fans' creation and the original work can coexist harmoniously? This paper tries to discuss the topic of maximizing the benefits without damaging the structure and details of the original work.

【Key words】: fan creation, collective wisdom, boundary and sharing

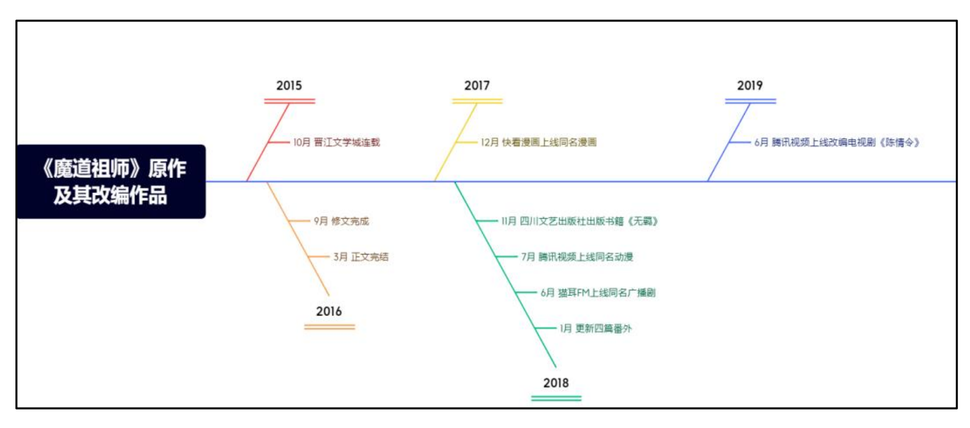
一、相关概念简介

（一）魔道祖师与其衍生改编作品简介

《魔道祖师》是墨香铜臭创作的原创耽美玄幻长篇小说，2015 年 10 月 31 日于晋江文学城连载，初版于 2016 年 3 月 1 日完结（正文），至 2016 年 9 月 7 日修文完成（正文+外三篇），网络版正式完结。2018 年 1 月 1 日更新完四篇番外。2017 年 12 月 8 日，快看漫画

[1] Zeon.浅谈集体智慧 [EB/OL].jianshu.com,2018-01-18/2022-6-18.

上线同名改编下拉式漫画;2018 年 6 月 1 日,猫耳 FM 上线同名改编广播剧;腾讯视频于 2018 年 7 月 9 日推出了该小说改编而成的同名动漫,并于 2019 年 6 月 27 日播出了由该小说改编而成的电视剧《陈情令》；2018 年 11 月四川文艺出版社出版了简体版第一卷《无羁》。



数据来源：自制

图一 《魔道祖师》及其衍生改编作品

（二）粉丝参与式文化介绍

“粉丝”一词最早是英文“Fans”的音译，是指以某人某物为中心，进行传播活动，且具备群体认知和归属感的个人和群体的总称；粉丝参与式文化是詹金斯在《文本盗猎者：电视粉丝与参与式文化》中提出的，总结而言，粉丝参与式文化即围绕原创作品，粉丝在互联网平台自发进行内容生产、传播、联系的媒介文化模式；具有方式平民化、组织规范化、内容主流化、渠道多样化的特点，因为粉丝参与带来的巨大潜在影响力和经济收益，使得粉丝参与成为融媒体时代原创作品由粉丝范围向大众范围“破圈”宣传发行的重要中介，但同时粉丝参与创作也会存在风险，粉丝对作品与演绎作品的演员的边界区分、粉丝对未上映作品的保密问题、粉丝二次创作是否涉及侵犯版权、粉丝创作对原作的影响等问题屡见不鲜，因此如何正确处理粉丝参与和原创作品之间的关系成为主创团队考虑方向。

二、粉丝如何参与原作创作过程

粉丝参与原作创作过程主要集中在创作过程中和创作完成两个阶段：一部作品在创作过程中或是因为作品本身、或是因为作者个人原因累积粉丝，粉丝在追更过程中会根据已有的情节走向自行发挥进行创作，或是在于作者的沟通中对于已完成部分进行修改或是对未来部分给予启示；在作品完成后，作者将完整的故事宇宙搭建起来，为粉丝创作提供了发挥的框架和地基，粉丝在此基础上二次创作支线故事等。以下将以《魔道祖师》为例进行详述：

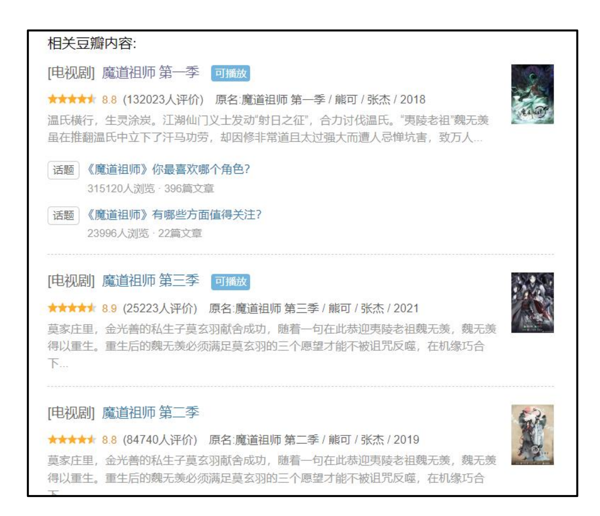
（一）原创作品创作过程中

1. 与主创团队的互动：

文本作品是大部分跨媒体作品的内容基础，以文本作品创作为起点，在文本创作阶段，更新上线平台过程中，作者会与粉丝读者在评论区实时互动，听取粉丝意见，综合考虑后决定对内容情节或人物设定进行修改；例如在《魔道祖师》第一版中，个别情节不完整，在行文逻辑上存在问题，后作者对其进行了修正补充并根据粉丝的呼声推出番外内容。

以文本作品为蓝本的多媒体作品，如漫画、动漫、电视剧、电影以及游戏等形式，在具体实施阶段，对于角色形象、环境、细节等的具象化过程也会与粉丝互动，以最大程度还原原著；在《魔道祖师》动漫化初期，腾讯视频主创团队提前了解粉丝的爱好，在形象、服装、道具色彩以及主题歌曲等诸多方面进行粉丝意见调研，粉丝的意见成为动漫主创团队的参考，粉丝以“辅助”的角色参与到作品创作过程中，良性的互动使得《魔道祖师》同名动漫上线后，粉丝的认可度较高，豆瓣三季评分分别为 8.8、8.9、8.8，与同期国漫相比改编质量和粉丝认可度较高。

通过与主创团队的互动，粉丝完成“参与性情感劳动”，通过在社交平台、作品上线平台点赞、评论等形式与主创团队完成对作品的打磨，一方面参与式的行为让粉丝增加获得感和成就感等情感，另一方面，付出情感劳动的粉丝对于作品粘性和认可度会更高，为进一步的粉丝经济消费打下基础。



数据来源：豆瓣搜索：魔道祖师（douban.com）

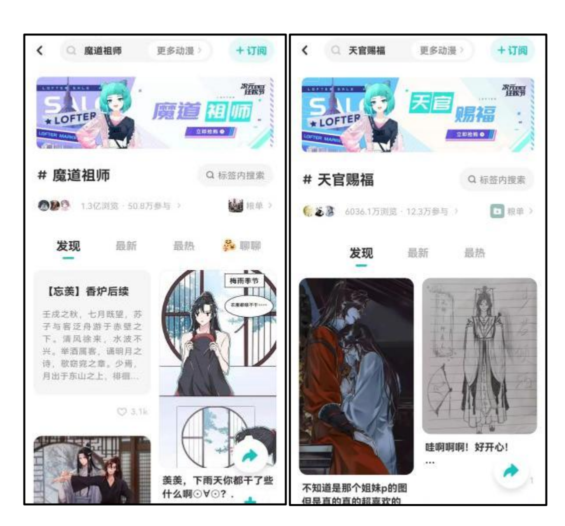
图二 《魔道祖师》动漫三季豆瓣评分

2. 粉丝二次创作

作品在平台更新周期时长不一，在文本和多媒体改编作品上线和等更期间，粉丝会根据已知情节和内容进行二次创作，形式包括但不限于文本、画作和视频剪辑以及手作等，二次创作以原作为基础，属于“生产性情感劳动”，粉丝出于对原作的情感，以原作情节或人物为素材，将自身技能与喜爱感情相结合，创作出与原作相关的作品，以寄托情感为目的，并不索取经济回报。

以《魔道祖师》为例，在国内最大的同人创作平台 LOFTER，《魔道祖师》相关同人创

作作品数量达 50.8 万，相关话题浏览量达 1.3 亿；对比同一作者的作品《天官赐福》相关同人创作作品数量 12.3 万，相关话题浏览量 6036.1 万，在数据上断层领先（图三）；尽管《魔道祖师》小说和改编作品均已上线完成，但粉丝二创依旧活跃，以微博数据为例，魔道祖师超话实时帖为同人文与动漫混剪，超话粉丝 275.6 万，发帖量 28.3 万，位列读书类超话第 3。粉丝活跃的二次创作为原作带来源源不断的生命力，在稳定原有粉丝量的基础上，也会吸引“圈外人士”。同时 UGC 自由二次创作的非限制性和包容性以及粉丝的认可，激励了更多人进行二次创作。



数据来源:LOFTER

图三 LOFTER《魔道祖师》《天官赐福》同人作品创作页面对比

（二）原创作品创作完成后

从上文《魔道祖师》系列作品已完结后，粉丝二次创作依然活跃可以看出，粉丝参与并不局限于原作创作和上线更新阶段，在作品完结后，创作热度可能下降但依旧活跃。此时粉丝参与形式主要为二次创作和周边产品消费，但二次创作内容主题由主要围绕原作人设、情节、内容转变为更贴合粉丝自创主题。

1. 粉丝二次创作

在此阶段，原作及其衍生作品均已尘埃落定，人物形象、情节、内容相对稳定，粉丝二次创作的主题也发生转变，从对于后续情节的猜测性续写，转变为自由主题的发挥，基本可分为对于支线情节的补充性创作、对原作细节的深入挖掘和扩展，伴随着情感迁移和相关创作。

由于原作考虑到篇幅和结构，并不会对所有角色和细节进行展开叙述，但作为一本群像小说，魔道祖师的出场人物数量多，但对于配角的叙述份额并不一致，对于支线情节的展开也点到为止。但对于粉丝而言，原作未展开的部分是他们可以展示的自由空间，在《魔道祖师》义城篇中，对于晓星尘和薛洋两位配角的情感走向并未详尽描写，粉丝以原作为基础扩写两人的情感走向，对于两人结局进行改写等二次创作。粉丝的回帖、评论互动带有极强的情感色彩，互动仪式中的符号、语言具备凝结参与者共同感情的作用，情感也是链接粉丝共同体验的纽带之一，二次创作的强情感特性使得它可以在粉丝群体中获得更大的传播量。

花絮作为拍摄现场的真实记录也会成为粉丝进行二次创作和深入挖掘的重要素材来源，

粉丝会将演员在花絮中的表现带入角色，并以此为基础进行二次创作，一定程度上模糊了现实与虚拟的边界。

2. 周边产品消费

《理解大众文化》一书中，约翰.费斯克分析粉丝行为后认为，粉丝是过度的“读者”，粉丝对文本的投入是主动、狂热和参与式的。[2]而这种“过度”也会由粉丝二次创作的生产阶段进入消费阶段，主要表现在购买周边产品、付费参与现场活动、集资打投等，具有社交性、从众性的特点。

社交性。在社交媒体时代，粉丝会根据偏好等因素集群，不同的社群也具有不同的标签，主创团队会根据粉丝社群中的标签进行对标生产投放 IP 周边产品，例如《魔道祖师》粉丝大部分是主角魏无羡和蓝忘机的“CP 粉”（CP 即单词 Couple 缩写，CP 粉是指“痴爱”某综艺或某电视剧中被设置为情侣的一对的粉丝），主创团队为创造最大范围的 IP 收益，会优先考虑该社群的需求，在淘宝以“魔道祖师”为搜索关键词，所出周边产品前十均为魏无羡、蓝忘机 CP 产品。

从众性。粉丝群体从一开始的草根特性，随着活跃度、资金投入、创作内容数量等方面的差距，粉丝间的话语权开始集中在某几个“意见领袖”上，一方面，粉丝社群中的意见领袖可以生产高质量二次创作作品、组织领导粉丝集体活动，为粉丝群体指明走向，另一方面，在粉丝消费方面也具有指向性作用，普通粉丝会选择跟随意见领袖或大潮进行消费。

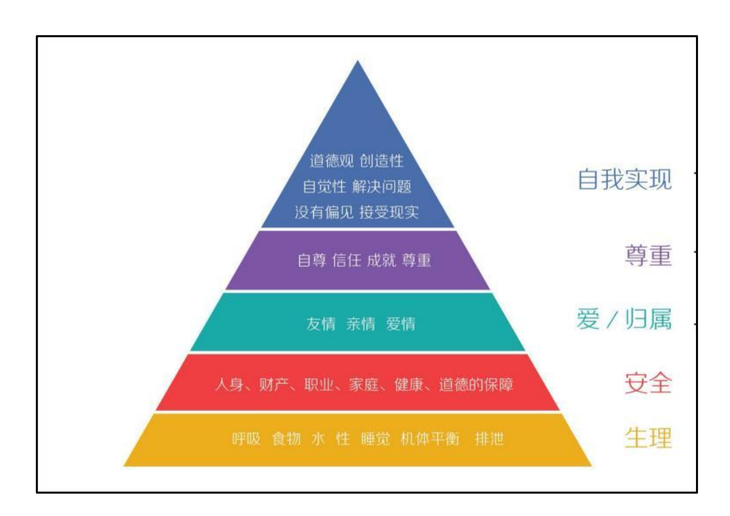
三、粉丝参与创作的影响

（一）积极影响

1. 满足粉丝创作心理

粉丝创作的心理原因包括但不限于情感寄托、群体归属与认可以及自我价值的实现等，粉丝创作者通过二次创作将对原作的情感转移，通过二次创作表达自我对原作的剩余情感；粉丝群体是平民化、社区化、专业化的组织，在其中领导话语权的乘坐“粉头”或“太太”，即“意见领袖”，粉丝在组织中提升活跃度，产出与原作相关的作品会提升社群的认可度，同时对于粉丝创作者自身而言，当自我创作的作品得到群体成员或意见领袖的认可时，付出情感劳动得到组织认可的回报也会提升自身的忠诚度和归属感；根据马斯洛需求层次理论（图四），人的最高需求是自我实现，粉丝对于作品的情感成为进行二次创作的动力，通过二次创作，可以提升自我在审美、软件操作、社交等不同领域的能力，而在此过程中受到的认可则是对于粉丝创作者能力的认可，粉丝创作者在二次创作中实现自我能力的提升。

[2] 约翰·费斯克.理解大众文化[M].王晓珏,宋伟杰译.北京:中央编译出版社,2006.153-154.



数据来源:网络

图四 马斯洛需求理论

2. 良性宣传作用

粉丝自发的二次创作是基于对于原作的情感而非经济目的,因此具有情感上忠诚性和目的上的单一性,以上两个特点使得粉丝二次创作作品成为优质的宣传渠道。在原作创作和宣传过程中,主创团队对于粉丝进行创作达到“破圈”宣传基本持肯定态度,一方面,对于创作方而言,收编或认可粉丝作品,可以使原作通过粉丝二创作品在圈内圈外达到宣传目的,为原作带来流量;另一方面,对于粉丝创作者而言,可以满足情感寄托和自我实现的目标,粉丝创作中的优质作品能为原作引流,或是被主创团队收编,可以为后续的营销宣传提供思路。粉丝二次创作为主创团队带来优质且免费的宣传流量,粉丝在创作过程中获得自我实现,双方互利共赢。

3. 丰满作品人物形象

上文提及粉丝在原作及多媒体产品上线且完结后,二次创作题材将转向对于支线情节的续写或细节的挖掘,而粉丝在此方面的二次创作能够对原作起到补充协调的作用;《魔道祖师》中,反派金光瑶之妻秦愫出场镜头极少,但是是推动情节发展的关键角色之一,她与金光瑶的感情在小说中笔墨不多,仅交代了来龙去脉,在剧版《陈情令》中也一带而过,但粉丝抓住这一悲情角色的经历,对其心路历程进行细致刻画,丰满了这一配角的形象,使其有血有肉、人物设定立得住。

(二)消极影响

1. OOC 脱离原作

OOC(Out of Character)是指创作中人物设定脱离原作,与原本的人物设定不符合甚至背离的情况,常用于粉圈和二次元圈内。上文提及粉丝创作者进行二次创作的心理动因包含对于原作的情感,但作为不同个体,粉丝在创作中也蕴含着自己对于作品和人物以及情节的理解,会融入个人情感,称为“私设”,且由于 OOC 并无统一标准,界定相对主观,通常由粉丝创作者本人进行界定,所创作的作品水平不一,优质的内容固然可以对原作起到宣传作用,但其中混有私设、严重与原作不符合的粉丝创作作品可能会引发路人用户的误解,从

而导致相反作用。

四、建议

（一）二次创作标签化

粉丝创作者在将二次创作作品投稿社交平台时，可在简介或封面进行标签化说明，如属于 OOC 须提前注明，简洁的标签避免了繁琐的说明，但能够让路人用户明晰内容与设定，避免因 OOC 引发的误解。

（二）尽量使用公开素材

目前粉丝二次创作大部分并不以经济收益为目的，但也存在有偿收看的情况，如平台“爱发电”即是为粉丝创作者提供有偿阅读投稿的平台，选择相应文章后才能够需支付一定金额的打赏才能获得阅读权，该种二次创作处于灰色地带；且为宣传原作，粉丝二次创作作品通常会突出人物形象（或演员），对于演员的肖像权和作品版权可能构成侵权行为，综合以上两点，粉丝在进行二次创作时需考虑版权和法律问题，尽量使用公开素材，避免法律纠纷，而作为主创团队也需要进行舆情监督，及时与粉丝群体沟通，在发现可能侵权的作品时，及时与创作者沟通下架或授权。

综上所述，粉丝参与创作是一把双刃剑，它是主创团队与粉丝共享的乐土，但却有明确的边界，在边界内进行创作，能够起到情感寄托、良性宣传以及丰满原作人物形象的正面作用，但良莠不齐的粉丝创作作品中，脱离原作的设定可能引发路人的误解和反感，从而带来负面作用，据此提出二次创作标签化和使用公共素材来避免误解和法律纠纷。希望通过以上讨论，粉丝创作者和主创团队能够在原作搭建起的乐土和谐共存。

参考文献：

[1] Zeon.浅谈集体智慧 [EB/OL].jianshu.com,2018-01-18/2022-6-18.
[2] 约翰·费斯克.理解大众文化[M].王晓珏，宋伟杰译.北京：中央编译出版社,2006.153-154.
[3] 徐晓霖.后现代同人文学：跨媒介视角下的赛博空间内部叙事实践及文化反思[J].东南传播,2022(04):113-115.
[4] 王芹.网络小说改编电视剧的叙事策略分析——从《魔道祖师》到《陈情令》[J].视听,2021(02):44-45.
[5] 张曦.新媒体环境下的网络趣缘群体情感劳动探究——以网易 LOFTER 同人作品创作为例[J].新媒体研究,2022,8(01):104-107.